

JUSTIFICACIÓN


CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**

En cumplimiento a lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; la Dirección de Comunicación Social solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, dictamine procedente la excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo los procedimientos de Adjudicación Directa para la **CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**.

I.- ANTECEDENTES

Para el primer trimestre de 2016 se contrató la prestación del servicio de espacios para la difusión de la Campaña Publicitaria denominada: **"CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN "CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA"**, en la cual se promovieron los servicios y productos que brinda el Instituto FONACOT, así como datos relativos a los Resultados de Colocación de Créditos en 2015 y Cifras de trabajadores beneficiados a través del Crédito FONACOT en el mismo periodo.

Con fecha 3 de marzo 2016, en la 1ra. Sesión Extraordinaria del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, se dictaminó favorable el caso de excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo bajo el procedimiento de adjudicación directa la contratación del servicio de espacios para la difusión de la campaña publicitaria denominada: **"CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN "CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA"**, con vigencia del 4 al 30 de Marzo de 2016. La contratación de los servicios de espacios publicitarios se llevó a cabo con treinta y tres (33) proveedores que a través de medios electrónicos (radio), impresos, digitales y complementarios.

La ejecución de la campaña realizada en Marzo 2016 se dio en apego a lo señalado en la Oficio No. SNM/DGNC/0524/16, de fecha 1 de marzo 2016, emitida por la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, en el cual informaba que se *Toma Nota* de la difusión de la campaña **"CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN "CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA"**, a los Titulares de las Áreas de Comunicación Social de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social e Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (Instituto FONACOT), a través de tiempos comerciales de Radio, Medios Impresos, Medios Complementarios, Medios Digitales y gastos de los servicios de Producción de la campaña del Instituto FONACOT. 

De acuerdo al Oficio No. SNM/DGNC/0716/16, emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, por el cual se autorizó la difusión de la campaña **"CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN "CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA"**, a través de tiempos comerciales de Radio, Medios Impresos, Medios Complementarios, Medios Digitales, gastos de Producción y Estudios post-test de la campaña del Instituto FONACOT.

La segunda campaña publicitaria llevada a cabo en 2016 fue **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**, realizada del 15 de agosto al 15 de septiembre 2016, en la cual se promovió el crédito en efectivo en favor de las familias de los trabajadores formales para la adquisición de bienes y servicios escolares así como de vacaciones de verano principalmente, no obstante el crédito FONACOT opoya a los trabajadores formales en la adquisición de bienes y servicios diversos.

Asimismo, se dio difusión a la Campaña Publicitaria Denominada **"4to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: "INFORME 8, INFORME 9, INFORME 10, INFORME 11, INFORME 12, INFORME 13, INFORME 14" EN COEMISIÓN CON SHCP, PGR, SEDENA, INMUJERES, PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, SEP y SEGOB**, la cual tuvo una vigencia del 1 al 6 de septiembre 2016.

Las campañas realizadas en lo que va el 2016 tienen la finalidad de impulsar y promover al Instituto FONACOT como la mejor Institución de Crédito a nivel nacional y dé cabal cumplimiento a los fines para los cuales fue creado. Por lo anterior resulta necesario dar a conocer al público en general en el ámbito de sus respectivas competencias como patrones, trabajadores, o como iniciadores de una empresa, la necesidad de adoptar una cultura del trabajo formal para que los trabajadores cuenten con las prestaciones laborales como son, entre otros, el otorgamiento de créditos que les permitan adquirir y/o pagar bienes y servicios para el bienestar de sus familiares.

Ante dicha situación, y a fin de dar cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2016, la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT está impulsando la última campaña publicitaria en este ejercicio fiscal, la cual busca consolidar al Instituto FONACOT como la mejor institución financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales diversos créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas de interés en el mercado, todo ello bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

En este sentido, se están realizando las acciones pertinentes para dar a conocer los servicios y productos crediticios del Instituto por medio de la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**, la cual se encuentra alineada con la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2016.

II.- PLANTEAMIENTO

En cumplimiento a las facultades y atribuciones conferidas a la Dirección de Comunicación Social en el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, así como a la *Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2016*, esta Dirección tiene la encomienda de llevar a cabo a través de los medios de comunicación que se presentan, la difusión de los diversos productos y servicios con los que cuenta el Instituto FONACOT, así como los principales beneficios de estos.

Con el objetivo de coadyuvar en las metas de colocación de créditos para el ejercicio 2016, se requiere promover los productos y servicios del Instituto FONACOT, considerando que la temporada de navidad y fin de año es oportuna para difundir los servicios crediticios del Instituto, principalmente el crédito en efectivo a fin de apoyar a los trabajadores en la adquisición de bienes y servicios que les permitan cubrir sus necesidades y contribuir al bienestar de sus familias.

Resulta conveniente para los intereses del Instituto FONACOT, el contratar a diversos proveedores de espacios publicitarios para llegar al público objetivo y a empresas para su afiliación a través de la difusión de mensajes en las siguientes vías: medios electrónicos (Televisión, Radio y Cineminuto), Medios Impresos (Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas), Medios Digitales (internet) y Medios Complementarios. Lo anterior con el objetivo de apoyar a los trabajadores de centros de trabajo afiliados al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro para su bienestar social y el de su familia.

Derivado de la reforma a la *Ley Federal de Trabajo* del 30 de noviembre de 2012 y su entrada en vigor a partir de noviembre de 2013, el mercado objetivo de las campañas publicitarias del Instituto se amplió significativamente, ya que se continúa con incentivar a los patrones para la afiliación de sus empresas, así como a los trabajadores informales a integrarse a la formalidad.

Para ello, es importante adoptar una cultura de trabajo formal, contribuyendo así a que los trabajadores puedan ejercer dentro de sus derechos laborales, las prestaciones sociales relacionadas con los beneficios de los créditos que les brinda el Instituto FONACOT.

Con la difusión de la campaña que nos ocupa en esta justificación, el Instituto FONACOT proporcionará la información necesaria a los trabajadores respecto al otorgamiento de créditos en efectivo que los apoyen en la adquisición de bienes de consumo, contratación de servicios y/o pagos de bienes y servicios. Además, se dará a conocer a los trabajadores la información necesaria para que tengan acceso a los servicios financieros que ofrece el Instituto FONACOT, con lo cual se estará apoyando al cumplimiento de lo planteado en el *Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018 impulsado por el Gobierno de la República*, ya que éste destaca la importancia de acelerar el crecimiento económico para construir un México Próspero, en donde, en materia de empleo, resulta imprescindible e impostergable impulsar políticas públicas que propicien la generación de empleos y de empresas formales para brindar certidumbre a los trabajadores en el acceso a los mecanismos de previsión social, tomando como medida de acción, entre otras, la de promover el acceso y uso responsable de productos y servicios financieros, con base en la *Estrategia 4.3.4 Perfeccionar los Sistemas y Procedimientos de Protección de los Derechos del Trabajador, Consistente en: Otorgar Créditos Accesibles y Sostenibles a los Trabajadores Formales*.

Con el objetivo de obtener y analizar los resultados de la campaña publicitaria “CRÉDITO FONACOT” EN SU VERSIÓN: “CRÉDITO CON DESCUENTO VÍA NÓMINA”, llevada a cabo del 4 al 31 de Marzo de 2016, la empresa LS SERVICIOS Y SOLUCIONES, S.A. DE C.V., efectuó un estudio con el objetivo de evaluar la pertinencia y efectividad de la campaña de promoción y publicidad del Instituto FONACOT, mediante análisis cualitativo a USUARIOS y NO USUARIOS (focus group), análisis cuantitativo NO USUARIOS (cara a cara) y USUARIOS (telefónico).

El estudio de mercado para evaluar la campaña publicitaria “CRÉDITO FONACOT” EN SU VERSIÓN: “CRÉDITO CON DESCUENTO VÍA NÓMINA” del Instituto FONACOT, se efectuó con la finalidad conocer:

- ✓ Nivel de conocimiento y recordación
- ✓ Evaluación del impacto publicitario
- ✓ Perfil del segmento evaluado

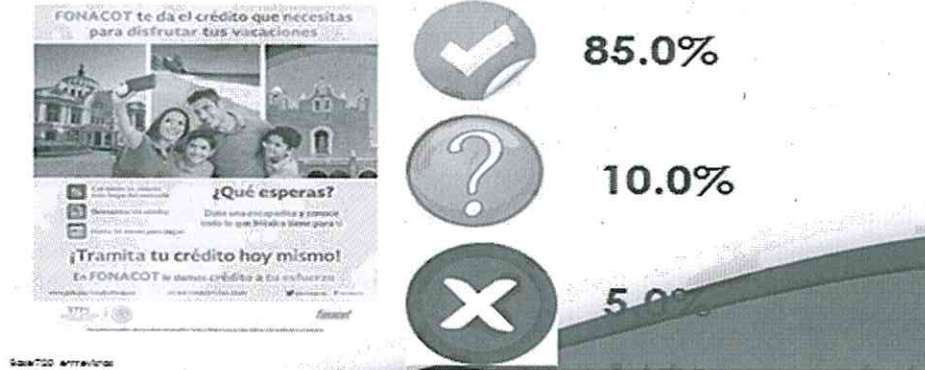
Parte de los resultados de la evaluación de la campaña se presentan enseguida:

De los resultados de la Evaluación General para la campaña “CRÉDITO FONACOT” EN SU VERSIÓN: “CRÉDITO CON DESCUENTO VÍA NÓMINA”, se tiene que fue una campaña de excelente aceptación en el aspecto gráfico con un 85% de los usuarios consultados.



Evaluación cuantitativa evaluación campaña - gráfico

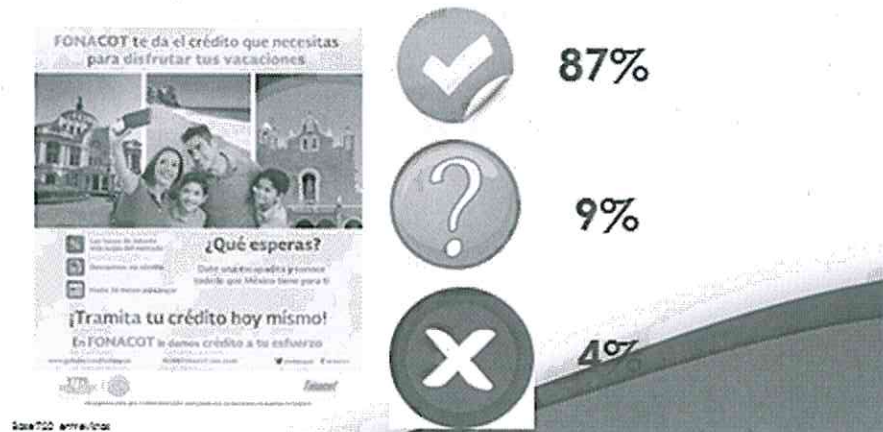
- En términos generales la campaña tiene un excelente nivel de aceptación, sin embargo hace falta destacar un poco más la accesibilidad de la institución principalmente a los segmentos bajos.



En tanto que para los No Usuarios del crédito FONACOT, el 85% de los entrevistados afirmaron que la campaña fue buena por la difusión de la modalidad del crédito FONACOT que se da a conocer.

Evaluación cuantitativa evaluación general de campaña – No Usuarios

- En términos generales la campaña tiene un excelente nivel de aceptación, principalmente por conocer y entender una nueva modalidad de crédito FONACOT que no se conocía anteriormente.



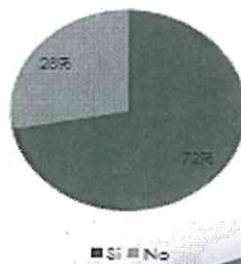
El nivel de credibilidad que se tuvo después de haber visto, leído o escuchado la publicidad de la campaña por los usuarios y no usuarios se encuentra como buena, ya que consideran tener la disponibilidad de acercarse al Instituto FONACOT para adquirir un crédito conforme los resultados de los entrevistados.

Evaluación cuantitativa evaluación general de campaña

- Gracias a la credibilidad del mensaje, existe una disposición de acercamiento a FONACOT favorable, sin embargo, hace falta destacar de forma importante la accesibilidad de la institución hacia los segmentos de menor nivel socioeconómico que se sienten excluidos a la institución.

¿Después de haber visto esta campaña, ¿Usted se acercará a FONACOT para adquirir un crédito?

Global



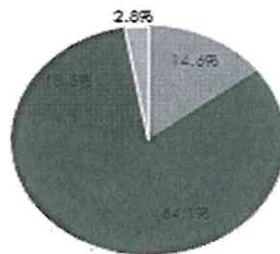
Scale 700 - 1150 entrevistas

En cuanto a la proyección de la imagen del Instituto FONACOT a nivel general después de la campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación, los usuarios y no usuarios la considera como BUENA.

Evaluación cuantitativa evaluación de imagen de FONACOT

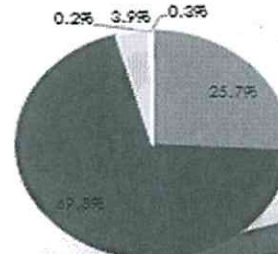
- La campaña favorece la imagen de FONACOT a nivel general
- ¿Después de haber visto los anuncios, ¿Cuál es la imagen que tiene usted sobre FONACOT?

No Usuarios



EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

Usuarios



EXCELENTE BUENA REGULAR MALA PESIMA

Scale 700 - 1150 entrevistas

En conclusión, la Evaluación de la Campaña "CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN: "CRÉDITO CON DESCUENTO VÍA NÓMINA", precisa lo siguiente:

- ✓ FONACOT confirma su arraigo y preferencia por los usuarios de la misma institución y ratifican su preferencia hacia la utilización de los créditos de forma recurrente.
- ✓ Se identificó que la publicidad en radio es de las principales al contar con mayor impacto y recordación, no obstante, la publicidad en los medios audiovisuales se identifica con buena aceptación.
- ✓ A nivel EMOCIONAL la campaña logró presentar elementos que conectan principalmente con el beneficio de la institución
 - ES EMPÁTICO al esfuerzo del trabajador, logró ser un mensaje evidente y claro.
 - LOGRÓ PROYECTAR una mejor calidad de vida al trabajador ofreciendo la multifuncionalidad del crédito.

III.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Para llevar a cabo la difusión de la campaña publicitaria: **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD”**, se requiere de la prestación de servicios en espacios publicitarios por parte de diversos medios de comunicación, por lo que la transmisión de la campaña se considera será a través de medios Electrónicos (Televisión, Radio y Cineminuto), Medios Impresos, entre los que destacan Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas, Medios Digitales y Medios Complementarios.

Con base a los resultados del estudio cuantitativo realizado para la Campaña **“CRÉDITO FONACOT” EN SU VERSIÓN “CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA”**, realizada en el mes de marzo 2016 por la empresa **LS SERVICIOS Y SOLUCIONES, S.A. de C.V.**, se consideraron los medios de comunicación que resultan ser los más vistos, escuchados y consultados por el público objetivo del Instituto FONACOT; en este sentido se han tomado en cuenta los siguientes medios de comunicación masiva:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
ELECTRÓNICOS	✓ TELEVISIÓN
	✓ RADIO
	✓ CINEMINUTO
IMPRESOS	✓ DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO
	✓ DIARIOS EDITADOS EN PROVINCIA
	✓ REVISTAS
DIGITALES	✓ INTERNET
COMPLEMENTARIOS	✓ METRO
	✓ TREN SUBURBANO
	✓ PUBLICIDAD EXTERIOR EN TORTILLERÍAS
	✓ METROBÚS (PANTALLAS)
	✓ PUBLICIDAD EN PANTALLAS DE AUTOBUSES FORÁNEOS
	✓ METRO
✓ ETC.	

Handwritten signature

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para el caso de los medios electrónicos (Televisión, Radio y Cineminmuto), los cuales representan los principales canales de comunicación masiva para la difusión de mensajes publicitarios, se han considerado a prestadores de servicio que cumplen con la experiencia, capacidad técnica y humana.

De las empresas para la publicidad en medios electrónicos se tienen los siguientes:

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno en los que ofrece mejores retornos de la inversión en horarios donde hay más televidentes y generan un impacto mayor en la audiencia.

RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT/PROGRAMA	COBERTURA	PROGRAMA/CANAL	NÚMERO DE SPOTS/PROGRAMA TEMÁTICO
TELEVISA S.A. DE C.V. / SKY	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	TNT	46
			FOX CHANNEL	46
			WARNER CHANNEL	46
			UNIVERSAL CHANNEL	47
			ESPN	33
			FOX SPORTS	34
				252
TELEVISA S.A. DE C.V. / TELEVISA	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	DESPIERTA CON LORET	6
			A LAS TRES	7
			HORA 21	8
				21
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V. / TV AZTECA	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	HECHOS AM	19
	1 HORA		A QUIEN CORRESPONDA	1
			SÁBADO APANTALLANTE	3
			PROGRAMA TEMÁTICO LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES	2
				25
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PROYECTO 40	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	EL PRIMER CAFÉ	20
			VISIÓN 40	20
			INFORMATIVO 40 CON LILY TÉLLEZ	21
			INFORMATIVO 40 CON HANNIA NOVELL	7
			LA VIDA ES CINE	4

Q



			INFORMATIVO 40 CON MANUEL LÓPEZ SAN MARTÍN	4
				76
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	MILENIO NOTICIAS 09: HRS.	13
			MILENIO NOTICIAS 14:00 HRS.	16
			MILENIO NOTICIAS 16:00 HRS.	13
				42
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PSTV	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	TVC	294
			TVC DEPORTES	296
			CINE MEXICANO	299
			PLATINO	297
				1,186

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios en los que existe mayor audiencia a fin de llegar a una mayor cantidad del público objetivo del crédito FONACOT y así posicionar los productos y servicios del Instituto FONACOT.

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT	CIUDAD	PROGRAMA/ESTACIÓN	TOTAL DE SPOTS
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CIUDAD DE MÉXICO Y ZONA METROPOLITANA	CIRO GÓMEZ LEYVA	22
				CARLOS LORET	30
				CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	22
				MAXINE WOODSIDE	1
				MAXINE WOODSIDE	22
				PAOLA ROJAS FÓRMULA	22
				ANTONIO ZAMBRANO "EL PANDA"	23
RADIO CENTRO	GRC COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	30 SEG.	VALLE DE MÉXICO	LA Z MORNING SHOW	89
				JOYA MORNING SHOW	89
				UNIVERSAL	88
				RADIO CENTRO	75
				RED AM	20



				RED FM	20
				UNIVERSAL	1
NUCLEO RADIO MIL	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CD. DE MÉX., EDO. DE MEX., HIDALGO, EDO. DE MEX., PUEBLA, TULA, MORELOS Y TLAXCALA	ENFOQUE LOCAL 1RA EMISIÓN CON LEONARDO CURZIO	13
				ENFOQUE LOCAL 2DA EMISIÓN CON ADRIANA LOPEZ CAÑEDO	9
				ENFOQUE FINANCIERO LOCAL CON ALICIA SALGADO	5
				PROGRAMACION REGULAR	48
				PROGRAMACION REGULAR	60
				PROGRAMACION REGULAR	44
				PROGRAMACION REGULAR	54
				PROGRAMACION REGULAR	58
				PROGRAMACION REGULAR	66
				PROGRAMACION REGULAR	233
				PROGRAMACION REGULAR	1
RADIORA MA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CIUDAD DE MÉXICO, AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CAMPECHE, COAHUILA, COLIMA, CHIAPAS, CHIHUAHUA, DURANGO, GUANAJUATO, GUERRERO, JALISCO, EDO. DE MÉX. MICHOACÁN, MORELOS, NAYARIT, OAXACA, PUEBLA, QUERÉTARO, SAN LUIS POTOSÍ, SINALOA, SONORA, TABASCO, TAMAULIPAS, TLAXCALA, VERACRUZ.	Romántica	97
				Éxtasis Digital	97
				@1590	97
				La Bestia Grupera	97
				UVA 90.5	97
				Radio BI	97
				40 Principales	97
				La Dinámica	97
				La Bestia Grupera	97
				La Fuerza de la Radio	97
				La Invasora 94.5	97
				40 Principales	97
				Cabo Mil	97
				Exa FM	97
				Stereo Vida	97
				@ FM	97
				La Poderosa	97
La Poderosa	97				
Romántica	97				

RX



				LA Nueva FM	97
				La Bestia Grupera	97
				Éxtasis Digital	97
				Éxtasis Digital	97
				105.1 @ FM	97
				Radio Mexicana 1300 AM	97
				Estéreo Fiesta	97
				La Poderosa	97
				@ FM	97
				Romántica	97
				La Poderosa	97
				Fiesta Mexicana	97
				40 Principales	97
				La Poderosa	97
				40 Principales	97
				La Campirana	97
				Súper 107.1	97
				40 Principales	97
				La Mas Picuda	97
				Estéreo Vida	98
				La Mexicana	98
				La Mejor	98
				Éxtasis Digital	98
				Radio Ranchito	98
				HK La Voz de Guadalajara	98
				La Ribereña	98
				@ FM	98
				Neurotik	98
				Ultra 101.3 FM	98
				La Poderosa	98
				Top 91.5	98
				Radio Ranchito	98
				La Mexicana	98
				Ke Buena	98

PK



				La Mas Picuda	98
				Éxtasis Digital	98
				@FM	98
				Estéreo Huatulco	98
				La Voz de Puerto	98
				La Poderosa	98
				@FM	98
				40 Principales	98
				Éxtasis Digital	98
				RADYORO 94.9	98
				Ultra 92.5	98
				La Mexicana	98
				Los 40	98
				Mía 93.9	98
				91 Dat	98
				Romántica	98
				Factor 96.1	98
				@FM	98
				40 Principales	98
				Romance	98
				Pop FM 94.1	98
				Radio Visa	98
				Romántica	98
				Radio Visa	98
				La Invasora	98
				Z 93. F.M.	98
				TOÑO 90.7	98
				Sin Limites	98
				La Bestia Grupera	98
				La Poderosa	98
				Radio Futurama	98
				Radio Mexicana	98
				Mega 105.9	98
				Stereo Vida	98

Handwritten signature or mark



				Xtrema 95.3	98
				La Mexicana	98
				Boom	98
				Radio Humantla	98
				Ke Buena Acayucan	98
				Radio Kañon	98
				40 Principales	98
				La Bestia Grupera	98
				La Neta	98
				Romántica	98
				La Fiera Grupera	98
				@FM	98
				La Huasteca	98
				Azul	98
				Éxtasis Digital	98
				La Poderosa	97
				Azul	1
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	30 SEG.	NIVEL NACIONAL	IMAGEN EMPRESARIAL	11
				QUE TAL FERNANDA	10
				IMAGEN INFORMATIVA 2° EMISION	10
				LA OTRA OPINION	10
				NEGOCIOS EN IMAGEN	10
				IMAGEN INFORMATIVA 3° EMISION	10
				FRENTE AL PAIS	10
				PALABRA DEL DEPORTE	10
				PALABRA DEL DEPORTE **	1
MVS RADIO	MVS RADIO MÉXICO, S.A. DE C.V.	30 SEG.	MÉXICO, MORELOS, MONTERREY, PUEBLA, VERACRUZ, MÉRIDA, OAXACA, SONORA.	EXA	66
				Noticias MVS	54
					51
				LA MEJOR	44
				EXA	54
				EXA	55
LA MEJOR	52				



				EXA	44
				LA MEJOR	44
				EXA	44
				LA MEJOR	44
				EXA	44
				LA MEJOR	44
				EXA	45
				LA MEJOR	44
				LA MEJOR	44
PROMOS AT	PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	30 SEG.	AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CHIHUAHUA, SONORA, COLIMA, DURANGO, GUANAJUATO, JALISCO, MICHOACÁN, MORELOS, SAN LUIS POTOSÍ, SINALOA, TABASCO, TAMAULIPAS, VERACRUZ Y MÉRIDA	STEREOREY	220
				XS929 LA ESTACION DEL AMOR	220
				CADENA 100.3	220
				MORE FM 106.7	220
				POWER 98	220
				CADENA 1190	220
				KT LA SÚPER ESTACIÓN	220
				CADENA 1550	220
				CADENA 800	220
				MORE FM 98.9	220
				FIESTA MEXICANA	220
				HALCON STEREO	220
				RADIO FELICIDAD	220
				SÚPER FM	220
				LA K-LIENTE	220
				+ POP	220
				LA RANCHERITA	220
				BLU FM	220
				LA GRANDE	220
				ULTRA	220
FIESTA MEXICANA	220				
FIESTA MEXICANA	254				
FIESTA MEXICANA	254				
FIESTA MEXICANA	1				
RADIO MUJER 1040 am	254				

Handwritten signature



				FIESTA MEXICANA	254
				ZONA TRES	254
				LA RANCHERA	220
				LA ZAMORANA	220
				CANDELA 94.1	220
				RADIOLÓGICO	220
				90.9 MÁS FM	220
				LA KE BUENA	220
				LA GS	220
				LA KE BUENA 102.5	220
				LA GRANDE DE TABASCO	220
				RADIO GAPE	220
				RADIO HIT- LA EXPLOSIVA	220
				RADIO MINA	220
				RETRO 103.1	220
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	30 SEG.	COAHUILA, JALISCO, MICHOACÁN, SAN LUIS POTOSÍ, YUCATÁN.	LA ACERERA	135
				RADIO SENSACIÓN	135
				CANDELA FM	135
				CANDELA FM	134
				LOS 40 PRINCIPALES	134
				RADIO HORIZONTE	135
				CANDELA FM	134
				LOS 40 PRINCIPALES	134
				CANDELA FM	135
				CANDELA FM	135
				CATEDRAL DE LA MÚSICA	134
				LOS 40 PRINCIPALES	134
				CANDELA FM	135
				CANDELA FM	134
				LOS 40 PRINCIPALES	134
CANDELA FM	134				
CANDELA FM	134				
RADIO CAPITAL	GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CIUDAD DE MÉXICO Y ÁREA METROPOLITANA,	GENERAL	78
				NOTICIEROS	38



			ESTADO DE MÉXICO, GUERRERO, TABASCO, VERACRUZ, NAYARIT, COLIMA Y COAHUILA.	GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	93
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	73
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	62
				NOTICIEROS	44
				GENERAL	61
				NOTICIEROS	44
GENERAL	62				
NOTICIEROS	44				
GENERAL	62				
NOTICIEROS	44				
GENERAL	1				
STERO MILED	RED PI PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	30 SEG.	ESTADO DE MÉXICO E HIDALGO	STERO MILED	537
					537
					537
					537
					537
					537
					537

R



LA TROPICAL CALIENTE	RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	30 SEG.	PUEBLA Y TLAXCALA	PROGRAMACIÓN NORMAL	2,845
				NOTICIEROS	528
SOMER	SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CHIAPAS, CHIHUAHUA, COLIMA, BAJA CALIFORNIA, CIUDAD DE MÉXICO, JALISCO, MICHOACÁN, NUEVO LEÓN, QUERÉTARO, TABASCO, TAMAULIPAS, VERACRUZ	LA KALIENTE 102.9	136
				THE MIGHTY	136
				RADIO CHAPULTEPEC	135
				EXA FM	136
				EXA	152
				RADIO NET 1490	152
				SUPER ESTELAR 92.9	136
				LA MEJOR FM	136
				LA KE BUENA	136
				RADIO METROPOLI	136
				LA BUENA ONDA	152
				FORMULA MELODICA	130
				RADIOLÓGICO	136
				SEÑAL 89.3 FM	152
				LA Z	136
				LA RANCHERA	136
				BEAT FM 90.1	136
				GENESIS FM	136
EXA	102				
LA MEJOR FM	136				
LA MANDONA	136				
ULTRA	153				
RADIO X	153				
GRUPO SIETE COMUNIC	COMERCIALIZADORA SIETE DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	30 SEG.	CD. DE MÉXICO, ECATEPEC, TOLUCA, PACHUCA, MAZATLÁN,	QUIÉREME1440	80
				BENGALA 103.7	80

Q

ACIÓN			CUERNAVACA, MÉRIDA, CHIHUAHUA	BENGALA 93.3	80
				NEURÓTICA	81
				BENGALA 93.1	80
				BENGALA103.7	80
				LA MEXICANISIMA	80
				RADIO CAÑON	80

Cineminuto

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT	COBERTURA	NÚMERO DE SPOTS
CINÉPOLIS	COMERCIALIZADORA PUBLICITARIA TIK, S.A. DE C.V.	1 MINUTO	NIVEL NACIONAL	88,760

MEDIOS IMPRESOS

De los medios más vistos por el público objetivo del Instituto FONACOT se encuentran los medios impresos, es por ello que se requiere contratar espacios publicitarios considerando los que son editados en la Ciudad de México y en el Interior de la República, asimismo, incluir la difusión impresa en Revistas de circulación nacional. En estos medios se efectuará la inserción del material para difusión y promoción de la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**.

La contratación de espacios publicitarios en la versión impresa de los diarios de mayor circulación en la Ciudad de México y de la República, así como en revistas, tiene como principal objetivo difundir oportunamente la campaña de promoción de los productos, servicios y principalmente del crédito en efectivo que el Instituto FONACOT ofrece a los trabajadores formales del país, lo cual forma parte de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2016 del Instituto FONACOT.

De esta manera cada uno de los medios impresos listados, son únicos al no haber ningún otro medio con las mismas características y que se encuentran registrados en el Padrón de Medios Impresos, con el objetivo de que el mensaje publicitario llegue al mayor número de lectores.

Las inserciones en los periódicos de mayor circulación de la Ciudad de México y distintos periódicos estatales y revistas, se considera puede ser conforme al siguiente cuadro:

DIARIOS EN LOS ESTADOS

MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	CIUDAD	ROBAPLANA			NÚMERO DE INSERCIÓNES
		MEDIDA MECANICA EN CMS.			
		ALTURA	X	BASE	
HIDROCALIDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	35.5	X	23.5	2
LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	22.71	X	16.92	2



FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	TIJUANA	22.71	X	16.92	2
EL PRIMER DIARIO DE LA PROVINCIA DE B.C.S. TRIBUNA DE LOS CABOS	SAN JOSE DE LOS CABOS	25.5	X	19.7	2
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	35	X	23.2	2
CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	41	X	23.25	2
EL ORBE	TAPACHULA	27	X	17.2	2
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	TUXTLA GUTIERREZ	26.2	X	15	3
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	36	X	19.9	3
DIARIO DE JUÁREZ	CIUDAD JUÁREZ	36	X	19.9	2
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	SALTILLO	34	X	23.4	2
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	36	X	22.4	2
VICTORIA DE DURANGO	DURANGO	36	X	22.1	3
CAPITAL TOLUCA	TOLUCA	23.5	X	20	2
CORREO	GUANAJUATO	29	X	18.8	2
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	LEÓN	40.9	X	24.62	3
NOVEDADES DE ACAPULCO	ACAPULCO	36	X	20.1	2
TRIBUNA DE LA BAHIA	PUERTO VALLARTA	25.4	X	19.7	3
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MORELIA	36	X	19.4	3
LA VOZ DE MICHOACAN	MORELIA	27	X	20.7	2
MERIDIANO DE NAYARIT	TEPIC	36	X	22	2
ABC DE MONTERREY	MONTERREY	26	X	20.5	2
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	36	X	21.9	3
EL IMPARCIAL DEL ISTMO	SALINA CRUZ	25.5	X	17.3	2
EL POPULAR	PUEBLA	36	X	22.2	3

Handwritten mark



EL MUNDO DE TEHUACAN	TEHUACÁN	36	X	22.9	2
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	36	X	22.5	2
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	CANCÚN	36	X	24	2
NOVEDADES DE CHETUMAL	CHETUMAL	36	X	24	2
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSI	36	X	22	2
EL DEBATE DE CULIACÁN	CULIACAN	21.8	X	21.6	2
EL DEBATE DE GUAMUCHIL	GUAMUCHIL	21.8	X	21.6	3
EL DEBATE DE GUASAVE	GUASAVE	21.8	X	21.6	3
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	LOS MOCHIS	21.8	X	21.6	3
EL DEBATE DE MAZATLÁN	MAZATLAN	21.8	X	21.6	3
DIARIO DEL YAQUI	CIUDAD OBREGON SON.	36	X	20.2	2
HERMOSILLO LA I NOTICIAS PARA MÍ	HERMOSILLO	28.04	X	17.16	2
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	HERMOSILLO	38.5	X	19.4	2
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	NOGALES	36	X	22.2	2
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SAN LUIS RIO COLORADO	27	X	20	2
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	VILLAHERMOSA	30	X	20	2
EXPRESO DE CIUDAD MANTE	CIUDAD MANTE	26	X	16	3
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	CIUDAD VICTORIA	36	X	22.8	3
EL BRAVO	MATAMOROS	41.7	X	24	2
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	NUEVO LAREDO	36	X	22.1	2
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	REYNOSA	37.2	X	22.1	3
LA RAZON	TAMPICO	38	X	20.7	2

Q

DIARIO DEL ISTMO	COATZACOALCOS	36	X	24.9	2
EL MUNDO DE CORDOBA	CORDOBA	36	X	22.9	2
LA OPINION DE POZARICA	POZARICA	36	X	24	2
EL DICTAMEN	VERACRUZ	36	X	24	3
EL MUNDO DE ORIZABA	ORIZABA	36	X	22.9	2
MILENIO NOVEDADES	MERIDA	26	X	19.6	2

Diarios Impresos en la Ciudad de México

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MEDIDAS	NÚMERO DE INSERCIÓNES
EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V	26.29 cm de alto por 13.76 de base.	23
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO S.A. DE C.V.	28 ALTO X 26 BASE	25
REFORMA	EDICIONES DEL NORTE S.A. DE C.V.	13.4 cm base X 26.1 cm alto	16
			1
			12
EXCÉLSIOR	PERIODICO EXCELSIOR S.A. DE C.V	13.48 cm x 24.22 cm	29
			1
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	20 X 27	12
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	27.2 alturax 18.6 base	24
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	6 x 4 = 24 módulos 19.9 base x 25.2 alto	10
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO S.A. DE C.V.	19 ANCHO X 26 DE ALTURA	12
		12.7 CM X 16CM ALTO	1
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA S.A. DE C.V.	19.5 BASE X 28 ALTURA	14
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	19.6 BASE X 25.2	2

		ALTURA	1
IMPACTO EL DIARIO	POTROS EDITORES S.A DE C.V	BASE 18.1 X ALTO 25.2 cm	13
		BASE 25.5 x ALTO 29	10
24 HORAS	INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V	21.2 BASE x 31.6 cm ALTO	3
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	29 cm x 20 cm	11

Revistas

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIONES CARACTERÍSTICAS	MEDIDAS	NÚMERO DE INSERCIONES
REVISTA TV NOTAS	NOTMUSA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	A CORTE: 21.0 BASE X 27.5 ALTURA CON REBASE: 22.0 BASE X 28.5 ALTURA	3
		PLANA A COLOR	A CORTE: 21.0 BASE X 27.5 ALTURA CON REBASE: 22.0 BASE X 28.5 ALTURA	1
REVISTA TVYNOVELAS	EDITORIAL TELEVISA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	MEDIDAS: Caja: 18.7 x 26.5 Final: 19.7 x 27.5 Rebase: 20.7 x 28.5	4
MUNDO EJECUTIVO	GRUPO INTERNACIONAL EDITORIAL SA DE CV	PLANA A COLOR	22.1 X 28.3 CON REBASE	1
REVISTA CHAMUCO	CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	CUARTA DE FORROS	20 x 27 cm con 5 mm de rebase por cada lado	1
		PLANA A COLOR	20 x 27 cm con 5 mm de rebase por cada lado	1
REVISTA EXPANSIÓN	EXPANSIÓN S.A DE C.V	PLANA A COLOR	BASE 22 X 28.5 ALTO CON REBASE	1

R

MEDIOS DIGITALES

Considerando la tendencia de los últimos años en los cuales la publicidad en medios digitales se ha incrementado y se ha mantenido en crecimiento constante, consolidándose como un medio masivo ampliamente segmentable y de alta transparencia en su medición.

Por lo anterior, y tomando en consideración que el internet se ha consolidado como una plataforma publicitaria creciente en las estrategias de marketing, se tiene como un canal de comunicación idóneo para dar difusión a la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**.

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	FORMATO	MEDIDAS
EL UNIVERSAL www.eluniversal.com.mx	EL UNIVERSAL CPN, S.A. DE C.V.	UPN830920KC4	Box banner Super banner Take Over/Pr Home	300X250 pixeles 728X90 pixeles 900X500 pixeles
PRODIGY www.prodigymxn.com	PRODIGY MSN DE MÉXICO DE RL DE CV	PME05101891A	Take Over y CPC (FLASH, GIF o JPG)	300x250 728X90 234X60 160X600 320X50
SDP NOTICIAS www.sdpnoticias.com	PERIÓDICO DIGITAL SENDERO S.A. DE C.V.	PDS080402H29	Banner (JPG, SWF o GIF)	2000X750 PX
TV AZTECA	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	Box banner, Box banner mobile, full banner, cintillo mobile, layer banner, cortinilla prerroll, intext video	300X250PX 950X90PX 728X90PX 320X50PX 400X400 250X250 CORTINILLAS: 640X480PX 20"
GOOGLE YOUTUBE www.google.com www.youtube.com	AGAVIS S.C.	ADI1010297ZA	Video HD Banner (SWF, JPG o PNG)	Formato HTML5 y respaldo en GIF o JPG o PNG que no pesen más de 150K Banners 300x250, 728x90, 160x600, 300x600, 300x60, 970x90, 250x250 16:9, HD Menor a 20" Banner 300x60 HTML5, SWF y respaldo JPG o PNG menor a 150KB de peso
FACEBOOK	ABACO METRICS, S.C.	AME120207LP3	imagen	1200X628 pixeles
TWITTER	AGAVIS DIGITAL S.C.	ADI1010297ZA	imagen PNG y JPEG VIDEO	800 x 320 píxeles (máx. 3 MB) VIDEO MP4 o MOV
JOSÉ CARDENAS	VIRREYES QUINCE QUINCE, S.A. DE C.V.	VQQ120321UD9	Banner	350x250 pixeles



JORGE FERNÁNDEZ MENENDEZ	RAYUELA EDITORES, S.A. DE C.V.	RED920929P42	LEADERBOARD 1 BOX BANNER 1 BOX BANNER 2	728x90 pixeles 300x250 pixeles 300x250 pixeles
AGENDA DE DESARROLLO SOCIAL	EDITORA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	EPE921021TTA	BANNER SUPERIOR EN HOMEPAGE BANNER INFERIOR EN HOMEPAGE SPOT EN HOMEPAGE	982X112 pixeles 982X112 pixeles 400X300 pixeles
PABLO HIRIART	COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	CEX100319IE7	Banner	970x90 pixeles
GRUPO ASTREA	CONSORCIO EDITORIAL DIGITAL ASTREA, S.A.P.I. DE C.V.	CED150821SB4	LEADER BOARD (MIDDLE) HOME LEADER BOARD B (BOTTOM) NOTICIAS LEADER BOARD (CABECERA) POLÍTICA LEADER BOARD (CABECERA) NACIONAL LEADER BOARD (CABECERA) HOME BOX BANNER BTF HOME LEADER BOARD (CABECERA) HOME LEADER BOARD (BOTTOM) HOME LAYER	728x90 pixeles 728x90 pixeles 728x90 pixeles 728x90 pixeles 728x90 pixeles 300x250 pixeles 728x90 pixeles 728x90 pixeles 640x480 pixeles
EL CRISTALAZO	LUGAR COMÚN, S.A. de C.V	LCO010323C86	BANNER EN HOME PAGE	300x250 pixeles
OSCAR MARIO BETETA	COMENTARISTAS Y ASOCIADOS, S.C.	CAS9612192K5	Leaderboard Header Box Banner Half Page	728x90 pixeles 250x250 pixeles 300x250 pixeles 300x600 pixeles
LA OTRA OPINIÓN	COMUNÍCALO, S.A. DE C.V.	COM0002088G1	BANNER HOME HEADER BANNER HOME HEADER EN NOTA BOX BANNER HOME LATERAL BOX BANNER EN NOTA LATERAL FOOTER EN HEADER FOOTER EN NOTA DISPLAY IN TEXTO	970x90 pixeles 970x90pixeles 250x300 pixeles 250x300 pixeles 970x90 pixeles 970x90 pixeles 600x300 pixeles
ADELA MICHA	CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C.	CTE061020391	BANNER	300x250 pixeles

(Handwritten mark)

MEDIOS MASIVOS ON LINE	MM ON LINE, S.A. DE C.V.	MOL110216CR6	INTERSTITIAL MOBILE LAYER CON VIDEO	320x416 pixeles 800x600 pixeles
JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA	PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	PDG140311ES1	LEADERBOARD BOX BANNER HALF PAGE PRE HOME	1290X90 PÍXELES 300X250 PÍXELES 300X600 PÍXELES 31 DÍAS
PUBLIMETRO	PUBLICACIONES METROPOLITANAS, S.A. DE C.V.	PME051206NG5	Leaderboard Box Banner	728x90 pixeles 300x250 pixeles
MÁS POR MÁS	Más Información con Más Beneficios, S.A. de C.V.	MIM0811108T2	Half page Box Banner Top Banner	270x600 pixeles 270x250 y 300x250 pixeles 728x90 pixeles
ANIMAL POLÍTICO	EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	EAN100408JX9	Leaderboard	728x90 pixeles
MARCO MARES	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	MAGM560420UY8	Top Banner Carrusel Banner tradicional	728x90 pixeles 434x60 pixeles
ÍNDICE CORPOTRATIVO	M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	MCO130731LC1	Banner Square	250x250 pixeles
GENTE DETRÁS DEL DINERO	MAURICIO FLORES ARELLANO	FOAM64092249A	BANNER TOP SUPERIOR ANIMADO	350x250 pixeles
PAOLA ROJAS	PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	PCO1312051N2	HOME BANNER 2	728x270 pixeles
FEDERICO LAMONT	LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	LCO10073049A	Banner	300x250 pixeles
TELÉFONO ROJO	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	CUA110214944	Box Banner en Home Page	300x250 pixeles

COMPLEMENTARIOS

Como una estrategia de reforzamiento adicional, se consideró la difusión de la Campaña en medios complementarios como el sistema de transporte público metro, el cual se ubica en las principales ciudades del país: Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara. Asimismo, se ha considerado la publicidad en Terminales de Autobuses de la Ciudad de México, en Tren Suburbano Estado de México, Pantallas en Metrobus en Ciudad de México, Estado de México y Puebla, Publicidad Exterior en Autobuses Foráneos, Publicidad en Vallas de Fútbol, Cineminuto y publicidad impresa en recibos de gas, entre otros medios, los cuales se listan a continuación:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	FORMATO	MEDIDAS
METRO CD. DE MÉX., GUADALAJARA Y MONTERREY	ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	CD. DE MÉXICO METRO		
		LINEA 1,2 Y 3	DOVELA SENCILLA	0.46 X 0.24 0.39 X 0.22
		LINEA 8, 9, A Y B	DOVELA SENCILLA	0.46 X 0.24 0.55 X 0.285
		LINEA 1 Y 3	PANELES ACCESO	1.11X1.66
		LINEA 1, 2 Y 3	PANELES ESTACION	2.28X1.52
		LINEA 5, 8, 9, A O B	PANELES ESTACION	2.28X1.52
		GUADALAJARA METRO		
		LINEA 1 Y 2	DOVELAS SENCILLAS	0.40X0.19
		LINEA 1 Y 2	PANELES ANDEN	2.28X1.52
		MONTERREY METRO		
		LINEA 1 Y 2	DOVELA SENCILLA	0.40X0.195
		LINEA 2	PANELES ANDEN	2.28X1.52
		D.F. CENTRALES AUTOBUSES		
		PONIENTE	WALLGRAPHCS	VARIAABLE
		PONIENTE	WALLGRAPHCS	VARIAABLE
		C. DEL NORTE	WALLGRAPHCS	VARIAABLE
C. DEL NORTE	WALLGRAPHCS	VARIAABLE		
SUBURBANO CD. DE MÉXICO Y EDO. DE MÉXICO	CATRI, S.A. DE C.V.	FERROCARRIL SUBURBANO	MURO VÍA	6.00X6.00
			MURO LOBBY	5.65X3.15
			BANCA GRANDE	2.80X1.80
			MUPI BOLEADORA Y RECARGADORA	0.84X1.38
			BANCA	1.50X0.95
			BATICUEVA	2.00X1.50
			BATICUEVA FORTUNA	2.45X2.45
			CENefa GRANDE	0.82X0.20
TELEURBAN	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	102,102 SPOTS	SPOTS DE 30"
		ESTADO DE MÉXICO	106,106 spots	
		PUEBLA	56,056	
TORTILLERÍAS	COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES,	ATIZAPÁN DE ZARAGOZA		



	S.A. DE C.V.	CHALCO	TORTIPANEL	ÁREA VISUAL 0.66 (largo) x 1.18 mts. (alto)
		CHICOLOAPAN		
		CHIMALHUACÁN		C/MA. LUISA 0.70 (largo) x 1.22 mts. (alto)
		CUAUTITLAN IZCALLI		
		ECATEPEC DE MORELOS		
		IXTAPALUCA	MARQUESINA	ÁREA VISUAL 2.86 (largo) x 1.06 mts. (alto)
		NEZAHUALCÓYOTL		
		NICOLÁS ROMERO		
		TECÁMAC		
		TEXCOCO		
		TOLUCA VS. SANTOS		C/MA. LUISA 2.90 (largo) x 1.10 mts. (alto)
		TULTEPEC		
		TULTITLÁN		
		VALLE DE CHALCO SOLIDARIDAD		
		ZINACANTEPEC		
ZUMPANGO				
CAMIONES	MUNDO VET COMERCIAL, S.A. DE C.V.	DISTRITO FEDERAL	98 CAMIONES	MEDALLONES EN CAMIONES BASE: 2.45 ALTURA: 2.25 MTS
		ESTADO DE MÉXICO		
		CHIHUAHUA		
		BAJA CALIFORNIA NORTE		
		TIJUANA		
		HERMOSILLO		
SINALOA				

R



		BAJA CALIFORNIA SUR		
		NUEVO LEON		
		TAMAULIPAS		
		SAN LUIS POTOSI		
		COAHUILA		
		YUCATACAN		
		CAMPECHE		
		QUINTANA ROO		
		CHIAPAS		
		VERACRUZ		
		VILLAHERMOSA		
		JALISCO		
		AGUASCALIENTES		
		LEON		
		MICHOACAN		
		QUERETARO		
PACHUCA				
MORELOS				
PUEBLA				
OAXACA				
PROMOBUS SPOTS EN AUTOBUSES FORÁNEOS	MIKASA FILMS, S.A. DE C.V.	BAJA CALIFORNIA, SONORA, EDO DE MÉXICO, HIDALGO, QUERÉTARO, SAN LUIS POTOSÍ, CIUDAD DE MÉXICO, NAYARIT, SINALOA, GUERERO, OAXACA, MICHOACÁN, AGUASCALIENTES, COLIMA, GUANAJUATO, JALISCO, NUEVO LEÓN, QUERÉTARO, CHIHUAHUA, COAHUILA, DURANGO, TAMAULIPAS, CHIAPAS	1,384 AUTOBUSES	SPOTS DE 30" EN AUTOBUSES FORÁNEOS
CMI	CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A.	JALISCO	PUENTES	12X3 MTS.
		NUEVO LEÓN		12X3 MTS.

(Handwritten signature)

	DE C.V.	NUEVO LEÓN		18X3 MTS.
		NUEVO LEÓN		24X3 MTS.
		ESTADO DE MÉXICO		12X3 MTS.
		TAMAULIPAS		18X3 MTS.
		AGUASCALIENTES		12X3 MTS.
		TAMAULIPAS		12X3 MTS.
		ESTADO DE MÉXICO		12X3 MTS.
		ESTADO DE MÉXICO		18X3 MTS.
		PARTIDOS POR DEFINIR		PANTALLA DE FÚTBOL
		MACROBÚS EN JALISCO	MUPPIE FRONTAL	1.22X2.03
	MUPPIE LATERAL	0.355X0.76		
	BANNER ENTRADA	3.1X1.00		
	BANNER CENTRAL	3.1X1.25		
	ESPECIAL (AGUA AZUL Y MONUMENTAL)	2.8X1.25		
ISA PANTALLAS EN EL METRO DE LA CD. DE MÉXICO	ISA DIFUSIÓN, S.A. DE C.V.	PRIME	PANTALLAS DE TV EN EL METRO	SPOT PUBLICITARIO DE 30"
		REGULAR		
		PRIME		
		REGULAR		
		PRIME		
		REGULAR		
		PRIME		
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	INTERJET	PANTALLA	FORMATO: .MOV DESDE 720 X 480 30"
		PANTALLAS EN TERMINALES	PANTALLA	CUALQUIER FORMATO
CATTRI	CATTRI, S.A. DE C.V.	CASA DE TOÑO CD. DE MÉXICO Y EDO. DE MÉXICO	PANTALLAS EN LOS RESTAURANTES CASA DE TOÑO	SPOT PUBLICITARIO DE 30"
MEDIOS POPULARES	MEDIOS POPULARES, S.A. DE C.V.	MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO	PANORÁMICO - VIADUCTO ESQ. PERIFÉRICO	12.90X7.20

		CUAJIMALPA, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO	PANTALLA - VASCO DE QUIROGA	12.00X6.00
5 M 2	5M2 ANDENES S.A.P.I.	CD. DE MÉXICO	MUPI 8M2 LINEA 1	FINAL: 4.43X1.80 MTS. VISUAL:4.30X1.71 MTS.
			MUPI 8M2 LINEA 3,4 Y 5	FINAL: 4.40X1.79 MTS. VISUAL: 4.20X1.69 MTS.
			MUPI 4M2 LINEA 1, 2, 3, 4 Y 5	FINAL: 2.43X1.80 MTS. VISUAL: 2.20x1.71 mts.
			MUPI 2M2 LINEA: 1, 2, 3, 4, 5 Y MB2	FINAL: 1.24X1.79 VISUAL: 1.15X1.71 MTS.
IMPRESIÓN EN RECIBOS DE GAS	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	CD. DE MÉXICO	DOBLE PREMIUM PLUS	1/2 PLANA 16.2 X 11 CMS.
		BAJÍO SUR		
		CD. DE MÉXICO	ESPECIAL PREMIUM PLUS	1 PLANA 16.2 X 21 CMS.
		MONTERREY		
		BAJÍO SUR		
		BAJÍO NORTE		
		SALTILLO		
		NVO. LAREDO		
TOLUCA				

Los medios de comunicación antes descritos fueron seleccionados a fin de cumplir con el objetivo de llegar al mayor número de personas que se encuentran como el público objetivo del Instituto FONACOT para que conozcan los beneficios del crédito en efectivo.

La proyección de la campaña se plantea que sea en toda la República Mexicana, dirigida específicamente a personas de Nivel Socioeconómico C+, C, y E con un empleo formal, que son el mercado objetivo del Crédito FONACOT.

IV.- PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD" tendrán una vigencia del 1 al 31 de diciembre de 2016.

De conformidad con el "Acuerdo por el que se Establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública para el Ejercicio Fiscal 2016" en el Artículo 3, fracción XVI que a la letra dice:

"Las erogaciones realizadas en materia de comunicación social, deben acreditarse únicamente con órdenes de transmisión para medios electrónicos, con órdenes de inserción para medios impresos y con órdenes de servicio para medios complementarios. En todos los casos deben especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, población destinataria, cobertura, pautas de difusión en medios electrónicos y circulación certificada en medios impresos;"

Por lo que las empresas que presten los servicios Electrónicos, Impresos, Digitales y Complementarios, para la difusión de la campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**", comprobarán la prestación de estos dentro de los primeros 5 (cinco) días naturales siguientes a la conclusión del total de los servicios y conforme al cumplimiento en fechas establecidas en órdenes.

Los entregables (testigos) requeridos por cada medio se describen a continuación:

- ✓ **MEDIOS ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN).** Para demostrar el cumplimiento fiel y exacto de los servicios conforme a la orden de trabajo, el prestador del servicio deberá entregar de forma aleatoria un reporte de la transmisión de los spots junto con (2) dos CD's, en donde se incluya al menos un 10% (diez por ciento) para el caso de Radio y un 50% (cincuenta por ciento) para el caso de Televisión del total de los spots transmitidos con una parte de los programas contratados y el anuncio.

NOTA: Los horarios y programas de radio y televisión están sujetos a cambios sin previo aviso.

Cabe destacar que en estos medios la programación tiene constantes cambios, sin embargo los spots se contratan en el horario establecido conforme al público objetivo del Instituto.

- ✓ **MEDIOS IMPRESOS (DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO, PROVINCIA Y REVISTAS).** Para demostrar el cumplimiento de las órdenes de inserción, el prestador del servicio deberá entregar como testigos 3 (tres) publicaciones impresas en originales.

- ✓ **MEDIOS DIGITALES, INTERNET** Al término de la prestación del servicio que indique la orden de exhibición, entregará un reporte del número de impresiones realizadas y los clics que se dirigieron a la URL del Instituto FONACOT. En el reporte se deberá poner un ejemplo que muestre la creatividad utilizada con el objetivo de demostrar que la exhibición de la publicidad se realizó en tiempo y forma. Asimismo se deberá entregar como testigos de la exhibición 2 (dos) ejemplares en originales y 2 (dos) CD's de todos los días de exhibición que se hayan contratado de cada una de las empresas contratadas. Para los demás portales se tendrá que realizar una impresión de pantalla por cada día de publicación del banner en su página de internet.

- ✓ **MEDIOS COMPLEMENTARIOS,** las condiciones de entrega serán de conformidad a las órdenes de trabajo, anexando los diseños emitidos por la Dirección de Comunicación Social. Asimismo, para demostrar el cumplimiento de las órdenes de trabajo deberá entregar 2 (dos) testigos fotográficos y 2 (dos) CD's que contengan las imágenes que demuestren la difusión de la campaña durante la vigencia del servicio a fin de comprobar que se realizó en tiempo y forma.

- ✓ Para el caso de Cineminuto, el prestador del servicio deberá entregar de forma aleatoria un reporte de la transmisión de los spots junto con (2) dos CD's, en donde se incluya al menos un 5% (cinco por ciento) del total de los spots transmitidos con una parte de los programas contratados y el anuncio.

NOTA: Los horarios y programas de cineminuto están sujetos a cambios sin previo aviso. Cabe destacar que en estos medios la programación tiene constantes cambios, sin embargo los spots se contratan en el horario establecido conforme al público objetivo del Instituto.

NOTA: El horario y transmisión del partido de Fútbol (para el caso de Publicidad en Vallas) está sujetos a cambios sin previo aviso. Cabe destacar que en estos eventos la programación puede tener cambios, sin embargo la publicidad se contrata en el horario establecido conforme al público objetivo del Instituto.

Cabe señalar que las órdenes de servicio, trabajo, transmisión, inserción y de exhibición, serán entregadas el día de la notificación de adjudicación a cada prestador del servicio junto con el arte, a fin de dar inicio a la difusión de la campaña.

V.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para efectos de la identificación de los medios de comunicación a considerar en la prestación de los servicios requeridos para la Campaña Publicitaria denominada **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD”**, se consideraron los resultados del estudio realizado por la empresa **LS SERVICIOS Y SOLUCIONES, S.A. DE C.V.**, referente a la evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada **“CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA”** llevada a cabo del 4 al 31 de marzo de 2016; estudio que llevó a cabo la Dirección de Desarrollo de Mercados del Instituto FONACOT con base en el *“Acuerdo por el que se Establecen los lineamientos Generales para las campañas de Comunicación Social de las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2015, que precisan en el Artículo 8 lo siguiente:

“...realizar estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas de Comunicación Social”.

Como resultado, y de acuerdo a los criterios tomados en consideración respecto a los hábitos de exposición y consumo de medios de usuarios y no usuarios del crédito FONACOT y a fin de valorar la efectividad de éstos, destacando los que fueron más eficientes, con el objetivo de conocer reacciones y actitudes específicas hacia los mensajes, así como el grado de recordación, comprensión, claridad y entendimiento de los mensajes transmitidos, se obtuvo lo siguiente:

- ✓ FONACOT confirma su arraigo y preferencia por los usuarios de la misma institución y ratifican su preferencia hacia la utilización de los créditos de forma recurrente.
- ✓ Se identificó que la publicidad en radio es de las principales al contar con mayor impacto y recordación.
- ✓ En cuanto a medios impresos se tiene un excelente nivel de aceptación y para la publicidad audiovisual se presenta con buena aceptación.
- ✓ A nivel EMOCIONAL la campaña logró presentar elementos que conectan principalmente con el beneficio de la institución.
 - ES EMPÁTICO al esfuerzo del trabajador, logró ser un mensaje evidente y claro.
 - LOGRÓ PROYECTAR una mejor calidad de vida al trabajador ofreciendo la multifuncionalidad del crédito.



Una vez analizados los resultados de la evaluación, se han recabado algunas de las ventajas que presentan los medios de comunicación considerados para la transmisión y difusión de mensajes publicitarios de la Campaña **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD”**:

VENTAJAS DE LAS DIFUSIÓN Y TRANSMISIÓN DE MENSAJES EN ESTOS MEDIOS:	
RADIODIFUSORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. La radio y sus mensajes se mueven con su audiencia. Pueden ser escuchados en cualquier lugar donde se encuentre el radioescucha. 2. El mensaje puede transmitirse con la frecuencia que se seleccione. 3. La compra de tiempo en radio es menos costosa que en televisión y su penetración es mayor.

DIARIOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los periódicos diarios alcanzan una audiencia diversa y amplia. 2. Los consumidores buscan los anuncios en los periódicos; así pues, son más receptivos a los mensajes publicados en ese medio. 3. El espacio es ilimitado en los periódicos. Pueden ser largos mensajes, o sólo unas cortas líneas. 4. La prensa ha logrado avanzar en cuanto a sus capacidades tecnológicas para poder ofrecer una reproducción de fotos y colores de mejor calidad, esto hace captar mejor el mensaje. 5. Los lectores se involucran activamente en la lectura del periódico.
REVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las revistas se imprimen en papel de buena calidad lo que permite una excelente calidad en colores y reproducción de fotos, lo que hace captar mejor la publicidad. 2. La selección de una audiencia específica es mucho más fácil. Es decir, se tiene la opción de elegir la publicación más conveniente de acuerdo al público objetivo al que se quiera llegar. 3. Por su diseño y formato, las revistas son más flexibles, los anuncios pueden contener muchos colores o muestras. 4. Las revistas tienen mayor permanencia. Las personas las guardan para leerlos con detenimiento.
INTERNET	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costo eficiente, son independientes del tamaño de la audiencia o sea, el costo será el mismo no importa cuántas personas visiten su página. 2. Los banners pueden dirigirse a las audiencias específicas al colocar sus cintillos en Páginas de temas relacionados. 3. Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápido. 4. Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Se puede solicitar una respuesta inmediata del lector, se puede comprar o contestar preguntas instantáneamente. 5. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global.
TRANSPORTES	<ol style="list-style-type: none"> 1. El tiempo de exposición se amplía debido a que la publicidad se encuentra en los andenes. 2. El número de veces en que las personas están expuestas al mensaje dependerá de si usa ese transporte rutinariamente. 3. El mensaje puede tener un efecto inmediato puesto que probablemente la persona que lo utiliza reciba la comunicación en el transcurso del viaje. 4. Pueden ser dirigidos a un estilo de vida específico. Todo dependerá de los vecindarios por los que pase la ruta de transportación.
PUBLICIDAD EXTERIOR (TORTILLERÍAS, AUTOBUSES)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los anuncios gigantes y coloridos atraen la atención. Al utilizar este medio, el mensaje debe ser corto y directo. 2. El elemento publicitario se ubica a nivel de calle, facilitando el alcance visual del consumidor. 3. La presencia de la publicidad en cada punto de venta, permite un mayor tiempo de exposición (entre 7 y 10 minutos) promedio, conforme a estudios de mercado. 4. La publicidad en el exterior de las tortillerías tiene alcance a los peatones y automovilistas.
TELEVISORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. La TV ofrece alternativas visuales de sonido, movimiento, color y efectos especiales. Es un medio con gran impacto visual. 2. Los televidentes no tienen que estar involucrados en el proceso para recibir el mensaje. 3. La TV puede realzar el mensaje, se considera la gran liga de publicidad. 4. Los anuncios pueden apelar a las emociones y empatía de los televidentes. 5. La publicidad en TV puede ser muy efectiva en ayudar a crear una imagen para el Instituto.

Handwritten mark

A través de los medios de comunicación señalados, se busca llegar al público objetivo del Instituto FONACOT con información clara y oportuna que proyecte a los trabajadores y centros de trabajo (afiliados y no afiliados) las bondades del crédito FONACOT por medio de los distintos productos que ofrece, entre los cuales está el Crédito en efectivo. Asimismo, destacando que el Instituto FONACOT promueve el ahorro para el bienestar social y de las familias de los trabajadores del país.

Con esto, se pretende coadyuvar en el logro de los objetivos y metas planteadas por el Instituto FONACOT en la colocación de créditos buscando siempre salvaguardar el patrimonio e intereses de los trabajadores.

En términos de lo establecido por los Artículos 2, fracción X, 26, párrafo sexto de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; así como 28 y 29 de su Reglamento, se procedió a realizar la investigación de mercado de acuerdo a los criterios que definen el mercado potencial del Instituto FONACOT los cuales son: edad, sexo y NSE y con énfasis en medios locales que permitan impactar a una mayor cantidad de personas de nuestro público objetivo, con el propósito de verificar la existencia del servicio en la cantidad, calidad y oportunidad requeridas, y su proveeduría a nivel nacional con posibilidad de cumplir con las necesidades de contratación y así obtener los precios prevaletentes al momento de llevar a cabo la contratación.

Cabe hacer mención que conforme al proceso electoral extraordinario de 2016-2017 que se desarrollará en el municipio de Omitlán de Juárez, Hidalgo, en el periodo del 1 de noviembre al 4 de diciembre 2016, no se tendrá difusión publicitaria de la campaña **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD”** en dicho municipio hasta después del 4 de diciembre. Lo anterior conforme al oficio circular SNM/060/2016 de fecha 11 de octubre 2016 emitido por la Secretaría de Normatividad de Medios. (Se adjunta documentación soporte).

Asimismo, no se tendrá difusión de la campaña **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD”** en el estado de Zacatecas, derivado de la misma situación de veda electoral.

De acuerdo a lo anterior, se adjunta al presente cuadro de precios ofertados por las empresas que cotizaron:

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno y programa temático en diversos horarios durante el periodo del 1 al 31 de Diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
TELEVISA S.A. DE C.V. / SKY	\$ 1,500,000.00
TELEVISA S.A. DE C.V. / TELEVISA	\$ 3,500,000.00
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	\$ 3,500,000.00
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PROYECTO 40	\$ 1,500,000.00
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	\$ 500,000.00
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PSTV	\$ 999,984.45
TOTAL	\$ 11,499,984.45



Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 1 al 31 de Diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$ 2,500,000.00
GRC COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 2,500,000.00
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 2,000,000.00
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	\$ 3,000,000.00
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	\$ 3,500,000.00
MVS RADIO MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 2,500,000.00

RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	\$ 999,879.00
GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	\$ 2,000,000.00
RED PI PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	\$ 1,999,975.95
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	\$ 1,499,998.33
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
COMERCIALIZADORA SIETE DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 499,978.00
TOTAL	\$ 25,999,831.28

Cineminuto

Publicidad en Cineminuto del 1 al 31 de diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
COMERCIALIZADORA PUBLICITARIA TIK, S.A. DE C.V. / CINÉPOLIS	\$ 19,000,000.00
TOTAL	\$ 19,000,000.00

MEDIOS IMPRESOS

Diarios Provincia

Publicidad impresa en Diarios de provincia del 1 al 31 de diciembre de 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	\$ 4,000,000.00
TOTAL	\$ 4,000,000.00

Diarios Ciudad de México

Publicidad impresa en Diarios de la Ciudad de México del 1 al 31 de diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 999,999.98
ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
EDICIONES DEL NORTE, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
PERIODICO EXCELSIOR S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	\$ 862,068.96
EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	\$ 999,990.00
DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V.	\$ 999,999.98
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	\$ 250,000.00
POTROS EDITORES, S.A DE C.V.	\$ 999,999.92
INFORMACION INTEGRAL 24/7, S.A DE C.V.	\$ 252,000.00
EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	\$ 199,999.91
TOTAL	\$ 10,564,058.75

Revistas

Publicidad impresa en Revistas del 1 al 31 de diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
NOTMUSA, S.A. DE C.V./ TV NOTAS	\$ 500,000.00
EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V. / TV Y NOVELAS	\$ 469,000.00
GRUPO INTERNACIONAL EDITORIAL, S.A. DE C.V. / MUNDO EJECUTIVO	\$ 80,855.00
CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V. / REVISTA CHAMUCO	\$ 100,000.00
EXPANSIÓN S.A DE C.V / REVISTA EXPANSIÓN	\$ 91,093.20
TOTAL	\$ 1,240,948.20

MEDIOS DIGITALES

Publicidad en medios digitales del 1 al 31 de diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$599,747.06
PRODIGYMSN DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	\$172,413.79
PERIÓDICO DIGITAL SENDERO S.A. DE C.V.	\$599,999.73
ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	\$517,241.35
AGAVIS DIGITAL, S.C.	\$258,620.69
ABACO METRICS, S.C.	\$637,931.00
AGAVIS DIGITAL, S.C.	\$112,068.96
VIRREYES QUINCE QUINCE, S.A. DE C.V.	\$215,517.24
RAYUELA EDITORES, S.A. DE C.V.	\$344,826.00
EDITORIA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$258,620.60
COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	\$172,413.79
CONSORCIO EDITORIAL DIGITAL ASTREA, S.A.P.I. DE C.V.	\$387,931.02
LUGAR COMÚN, S.A. de C.V	\$60,000.00
COMENTARISTAS Y ASOCIADOS, S.C.	\$517,241.38
COMUNÍCALO, S.A. DE C.V.	\$344,827.59
CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C.	\$499,999.93



MM ON LINE, S.A. DE C.V.	\$431,034.48
PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	\$861,855.00
PUBLICACIONES METROPOLITANAS, S.A. DE C.V.	\$186,206.75
MÁS INFORMACIÓN CON MÁS BENEFICIOS, S.A. DE C.V.	\$120,000.00
EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	\$49,999.50
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	\$48,667.50
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$30,172.41
MAURICIO FLORES ARELLANO	\$30,172.41
PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$30,172.41
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$30,172.41
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	\$30,172.41
TOTAL	\$ 7,548,025.41

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Publicidad en Medios complementarios del 1 al 31 de diciembre 2016.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
CATTRI, S.A. DE C.V.	\$ 1,999,300.00
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	\$ 2,999,997.00
COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES, S.A. DE C.V.	\$ 3,000,000.00
MUNDO VET COMERCIAL, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
MIKASA FILMS, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 3,500,000.00
ISA DIFUSIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 1,499,745.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	\$ 2,500,000.00
CATTRI, S.A. DE C.V.	\$ 999,250.00
MEDIOS POPULARES, S.A. DE C.V.	\$ 477,282.86
5M2 ANDENES S.A.P.I.	\$ 2,000,000.00
PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	\$ 999,999.87
TOTAL	\$ 23,975,574.73

CUADRO RESUMEN DE MONTOS POR TIPO DE MEDIO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	MONTO (No Incluye IVA)
TELEVISIÓN	\$ 11,499,984.45
RADIO	\$ 25,999,831.28
CINEMINUTO	\$ 19,000,000.00
DIARIOS PROVINCIA	\$ 4,000,000.00
DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO	\$ 10,564,058.75
REVISTAS	\$ 1,240,948.20
MEDIOS DIGITALES	\$ 7,548,025.41
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	\$ 23,975,574.73
TOTAL	\$ 103,828,422.82

De la investigación de mercado realizada, se pudo determinar lo siguiente:

- ✓ Al tratarse de diversos medios de comunicación y al requerirse mayor énfasis en medios locales, no existen proveedores que ofrezcan la prestación del servicio de la difusión de la Campaña del Instituto de forma integral.
- ✓ Al ser diferentes medios y proveedores, los precios varían entre uno y otro de manera muy significativa, en función de horarios, presencia, tipo de medio, audiencias, alcances y frecuencias.
- ✓ Al contratar directamente con los medios de comunicación, se pueden obtener mejores condiciones de contratación.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMPRANET

Como parte de la Investigación de Mercado Realizada, se efectuó una consulta al Sistema de Compras Gubernamentales a través de la Página electrónica de **CompraNet** (www.compranet.gob.mx) a fin de verificar la existencia de contrataciones similares a la requerida por el Instituto FONACOT para la **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"** y contar con costos como referencia para la contratación que nos ocupa.

De los resultados obtenidos se encontraron contrataciones de Medios Electrónicos, Medios Digitales, Medios Impresos y Medios Complementarios, sin embargo los costos que se indican en las contrataciones se observan como montos totales de los servicios, lo cual dificulta precisar los costos unitarios y tomarlos como referencia para los precios de los servicios a contratar.

Asimismo, la descripción de los servicios es muy general, por lo cual no se cuenta con la descripción técnica de los servicios para poder comparar con las características señaladas en el Anexo Técnico del Servicio Requerido.

La documentación soporte de la investigación realizada en COMPRANET, se adjunta a este documento.



VI.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PROPUESTO

Fundamentación:

De conformidad con lo señalado en el Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26 fracción III, 40 y 41 fracción III de la LAASSP; y 71 de su Reglamento, se propone realizar la contratación de la persona moral antes mencionada a través del procedimiento de **ADJUDICACIÓN DIRECTA** como caso de excepción a la Licitación Pública.

Motivación:

La difusión de la campaña publicitaria "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**", tiene el objetivo de dar a conocer los beneficios específicos del Crédito FONACOT, haciendo énfasis en el crédito en efectivo, pretendiendo apoyar a los trabajadores del país para el bienestar de su familia.

Asimismo, a través de la difusión de la campaña se busca mantener y reafirmar al Instituto FONACOT como la mejor opción para los trabajadores formales en la obtención de créditos que les permitan mejorar la calidad de vida de sus familias y fomentar el ahorro y protección a su patrimonio.

La ejecución de la campaña publicitaria "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**", de acuerdo al Programa Anual de Publicidad y Promoción para el ejercicio fiscal 2016 del Instituto FONACOT, está dirigida a hombres y mujeres en edades de 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44 y 45 a 60 años, en poblaciones urbanas y rurales (semiurbanas) y en un nivel socioeconómico C+, C y E.

Tomando en consideración este público objetivo, así como los estudios realizados por la empresa *LS Servicios y Soluciones; S.A. de C.V.*, la *Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT* analizó y consideró los medios masivos de comunicación a utilizar para la difusión de mensajes de la campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**". Asimismo, para la selección de los medios de comunicación se atendieron las sugerencias emitidas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC), de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, toda vez que conforme a lo señalado en el ACUERDO por el que se establecen los *Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2016*, en su Artículo 23 señala lo siguiente:

- La DGNC podrá hacer las recomendaciones correspondientes al plan de medios presentado por la Dependencia o Entidad.

Los medios de comunicación propuestos por la DGNC, así como los identificados y seleccionados en la Investigación de Mercado realizada por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, contemplan medios que ofrecen costos convenientes por sus servicios, presentan bonificaciones, descuentos y precios preferenciales para el Instituto, lo cual se puede identificar en las cotizaciones que integran la Investigación de Mercado.

A través de la contratación de los medios de comunicación indicados en esta Justificación se estará haciendo uso de los recursos de manera eficiente, eficaz y apegándose al criterio de economía. También se tendrá la certeza de estar contratando medios de comunicación que cuentan con la experiencia necesaria, la capacidad técnica y económica para llevar a cabo la difusión de la Campaña Publicitaria Denominada: "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**", ya que son medios que han prestado servicios a diversas

dependencias del Gobierno Federal y por lo tanto garantizan la prestación de los servicios en las mejores condiciones para el estado.

De no contratarse los medios a través del procedimiento de excepción a la Licitación Pública para ser para ser a través de Adjudicación Directa, se pudiera generar que no se cumplan los objetivos del Instituto y que el ejercicio del gasto autorizado no cumpla el objeto de la campaña, no se logre el impacto proyectado y por ende no se coadyuve al cumplimiento de la meta institucional tanto de proyección como de captación.

Esta situación, imposibilitaría al Instituto FONACOT para dar a conocer de una forma directa a los trabajadores formales, el derecho que tienen de acceder a un crédito del Instituto, así como los beneficios del mismo, lo que afectaría negativamente el crecimiento esperado para el Instituto en el presente ejercicio fiscal.

Esta justificación establece la conveniencia de contratar los servicios de difusión de la campaña publicitaria con las empresas propuestas en forma simultánea, a fin de promover el ahorro de los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y servicios; con lo cual se busca el ejercicio responsable del gasto, dando cabal cumplimiento al mandato constitucional contenido en su Artículo 134.

Aunado a lo anterior, se reitera que los medios de comunicación propuestos reúnen los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requeridas y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas.

Por otra parte, se considera conveniente exceptuar de Licitación Pública el presente procedimiento de contratación, toda vez que al facilitar el registro a cualquier medio de comunicación cabe la posibilidad del ingreso y posible adjudicación de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al público objetivo del Instituto FONACOT, lo que como ya se ha citado anteriormente, conllevaría el no cumplimiento del objeto con las consiguientes pérdidas en la captación de recursos.

También es importante destacar que algunas de los prestadores de servicio que se propone contratar, cuentan con concesiones para la difusión de publicidad, promoción y propaganda en algunos medios como lo son el sistema de transporte colectivo metro en las Cd. de México y Guadalajara, el MetroBus, que de igual forma son medios estratégicos para la difusión de la campaña, toda vez que la gran afluencia de personas que a diario viajan en este transporte hace que la cobertura y difusión de la Campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"** impacte en un mayor volumen del público objetivo del Instituto.

Por lo antes expuesto, se concluye que las condiciones para llevar a cabo una Licitación Pública no son favorables ya que se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al público objetivo, y no se logre la meta de captación y colocación de créditos programada para el presente ejercicio fiscal.

En cuanto a los medios concesionados son la única opción disponible, por lo que en su conjunto, existen circunstancias que puedan provocar pérdidas o costos adicionales importantes, cuantificados y justificados que no permiten realizar una Licitación Pública.

Aunado a lo anterior, se reitera que los medios de comunicación propuestos reúnen los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requerida, en las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas.

VII.- MONTO ESTIMADO DE LA CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO PROPUESTA

El costo de los servicios a contratar con los diferentes medios para la difusión de la campaña de publicidad del Instituto **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**, asciende a la cantidad de \$ **103,828,422.82 (Ciento Tres Millones Ochocientos Veintiocho Mil Cuatrocientos Veintidós Pesos 82/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado.

El desglose del monto estimado de la contratación, se detalló en el numeral relativo al **V.- Resultado de la Investigación de Mercado.**

La forma de pago propuesta de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 51 de la LAASSP será dentro de los 20 días siguientes a la aceptación de las facturas respectivas por parte del Administrador del Contrato, previa presentación y validación de la factura, las órdenes de inserción y de servicio emitidas por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT para cada uno de los proveedores a los que se realizará la contratación.

La erogación se acreditará con órdenes de exhibición, trabajo, trasmisión o inserción según corresponda en cada medio en las cuales se deberá especificar la tarifa convenida, concepto, duración, No. de inserciones, según sea el caso y las pautas de difusión anexas.

Una vez entregadas y validadas estas órdenes con facturas por la Dirección de Comunicación Social, se pagará la prestación del servicio a mes vencido.

VIII.- EMPRESAS QUE SE PRETENDEN CONTRATAR:

Al contratar a las empresas propuestas, se cuenta con prestadores de servicio con experiencia y capacidad suficiente para implementar las acciones debidas para el cumplimiento del ejercicio de la actividades sustantivas del Instituto FONACOT, las cuales se listan a continuación:

TELEVISIÓN			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
TELEVISA S.A. DE C.V. / SKY	TEL721214GK7	AV. VASCO DE QUIROGA #2000 COL. SANTA FE, DEL. ÁLVARO OBREGÓN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 01210	JULIO BARBA HURTADO
TELEVISA S.A. DE C.V. / TELEVISA	TEL721214GK7	AV. VASCO DE QUIROGA #2000 COL. SANTA FE, DEL. ÁLVARO OBREGÓN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 01210	JULIO BARBA HURTADO
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN No. 2818, COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PROYECTO 40	OMT9306023A6	PERIFÉRICO SUR 4121 COL. FUENTES DEL PEDREGAL DELEGACIÓN TLALPAN CP 14140	RAFAEL RODRIGUEZ SÁNCHEZ
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	ADI0809035M0	AYUNTAMIENTO 125, COL. CENTRO CIUDAD DE MÉXICO CP. 06040	PEDRO CÉSAR GONZALEZ LEAL
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PSTV	PST940628JNA	CALZADA DEL HUESO N. 10, COL. SANTA ÚRSULA COAPA CIUDAD DE MÉXICO CP 04850	JUAN CARLOS HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

RADIO			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	GRA9406213L3	PRIVADA DE HORACIO No 10, 5to. PISO, COL. CHAPULTEPEC MORALES, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P.11560, CIUDAD DE MÉXICO.	C.P. IGNACIO GALLARDO ISLAS
GRC COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	GCO060808721	AV. CONSTITUYENTES # 1154, Piso 6, COL. LOMAS ALTAS, C.P.11950 CIUDAD DE MÉXICO	C.P. ARTURO YAÑEZ
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	PRA821220592	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA No. 115 INT. 401 B, COL. PASEO DE LAS LOMAS C.P. 01330, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	RAD701209N34	AV. PASEO DE LA REFORMA #2620, 2DO. PISO, COL. LOMAS ALTAS, C.P. 11950, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	IRC151203F8A	PASEO DE LA REFORMA #18, CENTRO ÁREA 1, DEL. CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06000	LIC. MARIO PINTOS GUTIÉRREZ
MVS RADIO MÉXICO, S.A. DE C.V.	SME741219F83	MARIANO ESCOBEDO #532, COL. ANZURES, MÉXICO, D.F., CP. 11590	JUAN CARLOS CORTÉS ROSAS
PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	PME921215PW3	AV. MARIANO OTERO, #3405 INT. 2014, COL. VERDE VALLE, GUADALAJARA JAL. C.P. 44550.	RICARDO HUMBERTO MOJICA CARRILLO
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	RAS560314PK7	DURANGO # 341, PISO 1, COL. ROMA, DELE. CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06700	DR. EDUARDO LUIS LARIS RODRÍGUEZ
GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	GRC981221UE8	MONTES URALES # 425, PISO 1, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, I SECCIÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, CP. 11000, CIUDAD DE MÉXICO	RAÚL JESÚS ANAYA MANZANERO
RED PI PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	RPP141210FP4	RAFAEL DELGADO # 55 B, PISO 1, DEPTO. 4, COL. OBRERA, DELEG. CUAUHTÉMOC, CD. DE MÉXICO, C.P. 06800	REYNA ESTEFANÍA VARGAS ÁLVAREZ
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	RPU130624425	SAN MARTIN TEXMELUCAN No.57, COL. LA PAZ, PUEBLA PUE. C.P. 72160	JOSÉ RAFAEL CAÑEDO CARRIÓN
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	SMR850920UR7	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA # 1015, INT. 1902 Y 1903, COL SANTA FE CUAJIMALPA DE MORELOS, C.P. 05348	HUMBERTO HUESCA BUSTAMANTE
COMERCIALIZADORA SIETE DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	CSM910618137	MONTECITOS # 38, PISO 31, OFICINA 33, COL. NÁPOLES, C.P. 03810	ABRAHAM ISRAEL SALAS FUENTES



CINEMINUTO			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
COMERCIALIZADORA PUBLICITARIA TIK, S.A. DE C.V.	CPT1409023G9	TORCUATO TASSO NO. 245, PISO 8, COL. POLANCO REFORMA, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11550, CIUDAD DE MÉXICO	JORGE PABLO AGUILAR ALBO

DIARIOS PROVINCIA			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	MMM920105QU1	LUZ SAVIÑON 13 – 602 COL. DEL VALLE C.P. 03100 DEL. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO.	RICHARD ALFREDO DUCLAUD CASTRO

DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	UPN830920KC4	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO S.A. DE C.V.	AGP0401224R5	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
EDICIONES DEL NORTE S.A. DE C.V.	ENO851126RC0	ZARAGOZA SUR 245 COL. CENTRO, MONTERREY N. L., C.P. 64000	KATIA LUCÍA SANTAOLAYA RAMÍREZ
PERIODICO EXCELSIOR S.A. DE C.V.	PEX051012GW2	PASEO DE LA REFORMA 18, COL. CENTRO	LIC. GILBERTO TÉLLEZ SAMANIEGO
EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	FMA120905UA6	INSURGENTES SUR 1168 PISO 4 COL. DEL VALLE, 03100, DELEG. BENITO JUAREZ	DAVID ARTURO ROCHA GARCIA
EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	EGE101130F25	CALLE BALDERAS 44-118, COL. CENTRO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06060, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	C.P. ANTONIO LÓPEZ MORANTE
DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	DDM840626 PM2	AV. CUAUHTÉMOC # 1236, COL. SANTA CRUZ ATOYAC, C.P. 03300, DELE. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. ELIZABETH CRISTINA SANTELIZ DOMÍNGUEZ
L.R.H.G. INFORMATIVO S.A. DE C.V.	LIN090430 G35	CALLE HIDALGO 1150 NORTE REYNOSA CENTRO, REYNOSA TAMAULIPAS C.P. 88500.	GUILLERMO MARTÍNEZ DÍAZ
LA CRÓNICA DIARIA S.A. DE C.V.	CDI070111F89	AV. AZCAPOTZALCO LA VILLA # 160 COL. SAN MARCOS, C.P. 02020 DELEG. AZCAPOTZALCO CIUDAD DE MEXICO.	JORGE CERÓN MEDINA
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	MDI991214A74	MORELOS 16, COL. CENTRO, CIUDAD DE MEXICO, C.P. 06040	C.P. JAVIER CHAPA CANTÚ
POTROS EDITORES S.A DE C.V	PED0411102Q1	AV. CEYLAN 517 COL. INDUSTRIAL VALLEJO, DELEGACIÓN AZCAPOTZALCO C.P. 02300, CIUDAD DE MEXICO.	LIC. JUAN RAMÓN BUSTILLOS TORAL
INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A DE C.V	IIN1110125F3	LAFAYETTE # 28 COL. ANZURES, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP 11590, CIUDAD DE MEXICO.	YOLANDA RAMÍREZ ORTÍZ
EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	EPR930506DT1	BASILIO VADILLO NO.40, COL. TABACALERA DELG. CUAUHTÉMOC, C.P.06030, MEXICO D.F.	LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Q

REVISTAS			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
NOTMUSA, S.A. DE C.V.	NOT011226T29	BOULEVARD PERIFÉRICO SUR 4293 PISO 5, COL. JARDINES EN LA MONTAÑA, DELEGACIÓN TLALPAN, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 14210	CARLOS MANUEL FLORES NUÑEZ Y JESÚS LÓPEZ VILLAGÓMEZ
EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V.	ETE950324R23	AV. VASCO DE QUIROGA 2000 EDIFICIO E COL. SANTA FE CP. 01210, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MEXICO.	OZIEL FONTECHA FLORES Y MA. AZUCENA DOMÍNGUEZ COBIÁN
GRUPO INTERNACIONAL EDITORIAL S.A. DE C.V.	GIE880811G88	RIO NAZAS 34, COL. CUAUHTÉMOC, CD. DE MÉXICO CP. 06500	TAYDE ESPEJEL TRUJANO
CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	CIA070123FDO	TLAXCALA #165 INTERIOR 109, COL. HIPÓDROMO CONDESA, C.P. 06100 CUAUHTÉMOC, CD. DE MÉXICO	JOSÉ GARCÍA HERNÁNDEZ
EXPANSIÓN S.A DE C.V.	EXP6812035X3	AV. CONSTITUYENTES 956, LOMAS ALTAS, CD. DE MÉXICO, C.P. 11950	ENRIQUE BROCKMAN DEL VALLE

MEDIOS DIGITALES			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	UPN830920KC4	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
PRODIGYMSN DE MÉXICO S. DE R.L. DE C.V.	PME05101891A	AV. VASCO DE QUIROGA 3200 PISO 3 COL. ZONA CENTRO DE CIUDAD SANTA FÉ, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01210, CIUDAD DE MÉXICO.	JULIO ALBERTO SANTILLAN MARTINEZ
PERIÓDICO DIGITAL SENDERO S.A. DE C.V.	PDS080402H29	PLAZA DE LA REPÚBLICA 35 PISO 4 COL. TABACALERA DEL. CUAUHTÉMOC CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06030	RENÉ TRINIDAD GARCÍA ESPAÑA
ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN 2818 COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO CP 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA
AGAVIS DIGITAL, S.C.	ADI1010297ZA	ALICA #18, PISO 1 – 101. COL. MOLINO DEL REY. DEL. MIGUEL HIDALGO CP 11040, CIUDAD DE MÉXICO.	AARÓN FERNÁNDEZ MEDINA
ABACO METRICS, S.C.	AME120207LP3	Ocaso 101 despacho 401 col. Insurgentes Cuicuilco Del. Coyoacán Ciudad de México CP 04530	HEBERT HERNÁNDEZ HENESTROSA
AGAVIS DIGITAL, S.C.	ADI1010297ZA	ALICA #18, PISO 1 – 101. COL. MOLINO DEL REY. DEL. MIGUEL HIDALGO CP 11040, CIUDAD DE MÉXICO.	AARÓN FERNÁNDEZ MEDINA
VIRREYES QUINCE QUINCE, S.A. DE C.V.	VQQ120321UD9	PUENTE DE LA MORENA #33 INT. 1, CIUDAD DE MÉXICO, CP. 11870	MANUEL FERMÍN PALAZUELOS OLÉA
RAYUELA EDITORES, S.A. DE C.V.	RED920929P42	SAGREDO #226 C, COL. GUADALUPE INN, DEL. ÁLVARO OBREGÓN, CP. 01020	ANGÉLICA GUADALUPE SÁNCHEZ GUTIÉRREZ
EDITORIA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	EPE921021TTA	LAGO ALBERTO #320, TORRE EDMOND 2, INTERIOR 802, COL. ANÁHUAC, 1RA. SECCIÓN, CD. MÉXICO	ROSA ELENA GARCÉS MADRIGAL
COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	CEX100319IE7	MEXICALI 86, 4TO. PISO, COL. CONDESA,	PABLO HIRIART LE BERT





		DEL. CUAUHTÉMOC, CP. 06140, CIUDAD DE MÉXICO	
CONSORCIO EDITORIAL DIGITAL ASTREA, S.A.P.I. DE C.V.	CED150821SB4	INSURGENTES SUR 303-502 ENTRE CELAYA Y POPOCATÉPETL COL. HIPÓDROMO, DEL. CUAUHTÉMOC, C.P. 06100, CIUDAD DE MÉXICO.	PEDRO MUCIÑO
LUGAR COMÚN, S.A. de C.V.	LCO010323C86	BLVD. A. LÓPEZ MATEOS N° 1940, A 402, COL. TLACOPAC, DEL. ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01040, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. RAFAEL MARÍA DE LA CRUZ CARDONA SANDOVAL
COMENTARISTAS Y ASOCIADOS, S.C.	CAS9612192K5	LOMA BONITA 24, COL. LOMAS ALTAS, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11950, CIUDAD DE MÉXICO	MARIO OSCAR BETETA VALLEJO
COMUNÍCALO, S.A. DE C.V.	COM0002088G1	NIÑOS HÉROES 57, INT. 302, COL. DOCTORES, DEL. CUAUHTÉMOC, CP. 06720, CIUDAD DE MÉXICO	RICARDO ALEMÁN ALEMÁN
CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C.	CTE061020391	HOMERO 230, PISO 10-OFICINA 01, COL. POLANCO V SECCIÓN, CP. 11560, DEL. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO	SUZANNE FAUGIER DRACOU LIS
MM ON LINE, S.A. DE C.V.	MOL110216CR6	LUZ SAVIÑÓN NO.13-503, COL. DEL VALLE, DEL. BENITO JUÁREZ, C.P. 03100, CIUDAD DE MÉXICO	RENATO INIESTA LACALLE
PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	PDG14031E51	ACUEDUCTO RÍO HONDO #28, PH 3, LOMAS VIRREYES, DEL. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11000	PABLO AGUSTÍN GAMEZ OCHOA
PUBLICACIONES METROPOLITANAS, S.A. DE C.V.	PME051206NG5	INSURGENTES SUR 716, PISO 10, COL. DEL VALLE, DEL. BENITO JUÁREZ, C.P. 03100 CIUDAD DE MÉXICO	ALFREDO BENITEZ CASTRO
MÁS INFORMACIÓN CON MÁS BENEFICIOS, S.A. DE C.V.	MIM0811108T2	PRESIDENTE MASARYK NO.169, COL. CHAPULTEPEC MORALES, C.P. 11570, CIUDAD DE MÉXICO.	RODRIGO JAVIER GASPARA SEPÚLVEDA
EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	EAN100408JX9	AV. PASEO DE LA REFORMA 404-602, COL. JUÁREZ, C.P. 06600, DEL. CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO.	JULIO DANIEL MORENO CHÁVEZ
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	MAGM560420UY8	CALLE UNO 9, COL. SAN LORENZO, TLALNEPANTLA, ESTADO DE MÉXICO, C.P. 54030	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA
M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	MCO130731LC1	SAN FRANCISCO FIGURACO NO. 48, COYOACÁN. CP. 04000, CIUDAD DE MÉXICO.	ROGELIO FRANCISCO VARELA DOMÍNGUEZ
MAURICIO FLORES ARELLANO	FOAM6409224A	MANZANAS 56 PISO 2, COL DEL VALLE, C.P. 03200, DEL. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MEXICO.	MAURICIO FLORES ARELLANO
PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	PCO1312051N2	SOR JUANA INES DE LA CRUZ 204 COL. METROPOLITANA SEGUNDA SECCIÓN, C.P. 57740, NEZAHUALCOYOTL, ESTADO DE MÉXICO	ROSA DEL CARMEN LÓPEZ CORREA
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	LCO10073049A	PRIMERA CERRADA DE MELCHOR OCAMPO NO. 23, COL. ROMERO DE TERREROS, COYOACÁN, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 04310	SOFIA EUGENIA MARTÍNEZ CORVERA
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	CUA110214944	MARIANO OTERO #5733-88 COL. PASEOS DEL SOL PRIMERA SECCIÓN C.P. 45079 ZAPOPAN JALISCO	RAFAEL GARCIA HERNANDEZ

MEDIOS COMPLEMENTARIOS			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	ICO960722VD7	CULTURAS PREHISPÁNICAS, No. 172, COL. GRANJAS SAN ANTONIO, C.P. 09070, CIUDAD DE MÉXICO.	ING. RAÚL CAMOU RODRÍGUEZ
CATTRI, S.A. DE C.V.	CAT080910164	ANTONIO DOVALI JAIME, No. 70, PISO 8, TORRE B, COL. ZEDEC ED, PLAZA SANTA FE, C.P. 01210, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MÉXICO.	VÍCTOR CATTAN HAMUI
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	ACG090929BM2	BOSQUE DE CIRUELOS # 168, PISO 3, COL. BOSQUES DE LAS LOMAS, C.P. 11700, CIUDAD DE MÉXICO.	JUAN CARLOS ASTURIANO Y PEDRO ASTURIANO ZUÑIGA
COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES, S.A. DE C.V.	CME030804RP1	PILARES# 35, COL. TLACOQUEMECALT DEL VALLE, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 03200	JUAN PABLO ADRIÁN DEL REY RAMÍREZ
MUNDO VET COMERCIAL, S.A. DE C.V.	MVC070306URA	ALFREDO DEL MAZO # 105, COL. HÍPICO, C.P. 52156, METEPEC, EDO. DE MEX.	ENRIQUE OCTAVIO VEGA TINAJERO
MIKASA FILMS, S.A. DE C.V.	MFI070823JW3	LAGO ZURICH # 245, EDIFICIO FRISCO, PISO 11, OFICINA 1101, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, MIGUEL HIDALGO, C.P. 11529, MEXICO, D.F	GUSTAVO GONZÁLEZ PÉREZ
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	CMI151023DM2	LAGO ZURICH # 245, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11529	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA
ISA DIFUSIÓN, S.A. DE C.V.	IDI1202299W3	JUVENTINO ROSAS# 70-402, COL. GUADALUPE IN, C.P. 01020, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. HUGO CÉSAR CAMOU CAMPOY
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS EN MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	FIR7207197X7	EJERCITO NACIONAL #552 COL. REFORMA POLANCO C.P. 11550 CIUDAD DE MÉXICO	LIC. RICARDO SANTIBAÑEZ STECK
CATTRI, S.A. DE C.V.	CAT080910164	ANTONIO DOVALI JAIME, No. 70, PISO 8, TORRE B, COL. ZEDEC ED, PLAZA SANTA FE, C.P. 01210, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MÉXICO.	VÍCTOR CATTAN HAMUI
MEDIOS POPULARES, S.A. DE C.V.	MPO1001215N4	LISBOA #10 COL. JARDINES DE LINDAVISTA, GUADALUPE NL. C.P. 67130	JESSICA RUTH VÁZQUEZ GUZMÁN
SM2 ANDENES S.A.P.I.	MAN0710026M3	ISURGENTES SUR #303 INT. 301 TORRE AMSTERDAM COL. HIPÓDROMO CONDESA, CUAUHTÉMOC C.P. 06100	JOSÉ MANUEL FARAH CHAJÍN Y RAFAEL ZALDIVAR RAMOS
PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	PSN140808523	AV. HACIENDA DE VALPARAISO #133, COL. HACIENDA DE ECHEGARAY, NAUCALPAN DE JUÁREZ, C.P. 53300, EDOMEX.	JESÚS HUMBERTO CARBONEY CORTES



IX.- ACREDITACIÓN DE LOS CRITERIOS CONTENIDOS EN EL ARTÍCULO 40 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

En cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 40, segundo párrafo de la LAASSP, que a la letra indica:

“La selección del procedimiento de excepción que realicen las dependencias y entidades deberá fundarse y motivarse, según las circunstancias que concurran en cada caso, en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores condiciones para el Estado....”

El procedimiento de contratación propuesto, representa la mejor alternativa para el Instituto FONACOT, ya que permite contratar con medios de comunicación solventes, con amplia experiencia y capacidad, técnica, legal y financiera, lo cual garantiza el logro de los objetivos de la campaña publicitaria, coadyuvando al logro de los objetivos de colocación de créditos a trabajadores.

A continuación, se citan los criterios en que se funda y motiva la excepción de no llevar a cabo el procedimiento de Licitación Pública.

EFICIENCIA

La presente contratación permitirá, a diferencia de una Licitación Pública, hacer un uso racional de los recursos con los que cuenta la entidad, toda vez que se pretende contratar a los prestadores de servicios que permitan llegar al público objetivo de la campaña, coadyuvando así al logro de los objetivos institucionales de captación. Asimismo, por medio de una campaña diseñada y orientada al público objetivo a través de los medios precisos se obtendrá el máximo rendimiento utilizando el mínimo de recursos, evitando así la pérdida de tiempo y recursos al Estado.

EFICACIA

Con la contratación propuesta, se realizará la contratación con oportunidad, favoreciendo un procedimiento de contratación ágil y expedito, sobre los servicios adecuados para llegar al público objetivo, para obtener las mejores condiciones de contratación y cumplir los objetivos que se persiguen, ya que a través del procedimiento de Licitación Pública, se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al requerido.

ECONOMÍA

El procedimiento que se pretende es con la finalidad de asegurar y obtener para el Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad y oportunidad; dando cumplimiento a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; debido a que a través del procedimiento de contratación propuesto se realizará el uso racional de los recursos que se tienen previstos para la contratación del servicio, toda vez que a través de la investigación de mercado se ha buscado el costo más conveniente para el Instituto FONACOT.

HONRADEZ

Es importante mencionar que en este procedimiento de adjudicación directa, los servidores públicos participantes, se han conducido de forma ética y profesional, realizando la solicitud de cotizaciones por escrito y a través de medios electrónicos, en igualdad de condiciones, además los proveedores seleccionados son los únicos que pueden prestar el servicio en con las características, calidad, oportunidad y cobertura requerida, lo cual prácticamente imposibilita cualquier acto de corrupción.

TRANSPARENCIA

Este procedimiento se lleva a cabo con total transparencia, en virtud de que la información que se ha manejado es accesible, clara, oportuna, completa y verificable, y obedece a las necesidades y condiciones exigidos por el Instituto FONACOT, con estricto apego a la legislación aplicable, en concordancia con los requisitos establecidos de manera totalmente objetiva, y no así a las particularidades de los prestadores públicos.

IMPARCIALIDAD

La selección del procedimiento de adjudicación directa, se realiza con total imparcialidad, basado en las necesidades Institucionales a satisfacer, en igualdad de condiciones y con proveedores con capacidad y experiencia probada.

X.- RECURSOS PRESUPUESTALES

Con fecha 22 de Julio de 2016, el Consejo Directivo del Instituto FONACOT, en su cuadragésima novena sesión ordinaria, autorizó la adecuación al presupuesto de la partida **36201 DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**, mediante afectaciones compensadas en el Capítulo de Servicios Generales para ampliar la Campaña de difusión y publicidad por \$ 150,000,000.00 (Ciento Cincuenta Millones de Pesos 00/100 M.N.), sin incluir IVA. Asimismo, mediante oficio No. SNM/DGNC/1920/16, emitido por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, notifica la autorización en el ámbito de su competencia sobre la adecuación presupuestal en mención.

Asimismo, a través de oficio No. SGA-328 la Subdirección General de Administración emitió suficiencia presupuestal conforme a la Adecuación antes señalada para la partida 36201 **DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**.

Mediante oficio No. DCS/ 151 /2016, se reportan los recursos presupuestales disponibles al mes de noviembre 2016.

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"** tendrán una vigencia del 1 al 31 de diciembre de 2016.

De conformidad con lo antes expuesto, se emite la siguiente:

PROPUESTA

Con fundamento en lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; se somete a la aprobación de este H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, la Adjudicación Directa como caso de excepción a la Licitación Pública, para la contratación del **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**, la cual se llevará a cabo del **1 al 31 de Diciembre 2016**. El monto total de la campaña es por **\$ 103,828,422.82 (Ciento Tres Millones Ochocientos Veintiocho Mil Cuatrocientos Veintidós Pesos 82/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

ATENTAMENTE



DANTE OMAR PINAL IBARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ciudad de México a 28 de noviembre de 2016.